

MÓDULO 6

GLOBALIZACION DE LA CADENA DE VALOR

Introducción

Vamos a utilizar este módulo para centrarnos en la globalización de la cadena de valor, o el conjunto de actividades y procesos que las empresas realizan para suministrar productos a los clientes. Estos pasos interconectados brindan oportunidades y desafíos al proceso de globalización.

Para cada actividad en la cadena de valor, hay cuatro factores que determinan si la actividad se está diseñando y administrando de la manera más óptima:

Arquitectura global: ¿cuán óptima es la arquitectura global de la actividad?

Ubicaciones: ¿qué tan óptimas son las ubicaciones donde se realizará la actividad?

Capacidades: ¿es capaz la compañía de atraer el talento superior necesario para desarrollar las capacidades necesarias en cada una de estas ubicaciones?

Coordinación: ¿qué tan efectiva es la empresa para coordinar las mismas actividades o actividades complementarias en caso de que estén dispersas geográficamente?

GLOBALIZANDO LA CADENA DE VALOR

INTRODUCCIÓN

En el último módulo, nos centramos en la dimensión en el escenario de la estrategia global, o en la globalización de la presencia en el mercado de la

compañía. En este módulo, nos enfocamos en la dimensión entre bastidores o en la globalización de la cadena de valor de la empresa.

Como se discutió anteriormente, el término "cadena de valor" se refiere al conjunto de actividades interconectadas que la empresa realiza para convertir las entradas de los proveedores en salidas de mayor valor para los clientes. Por lo tanto, cuando hablamos de globalizar la cadena de valor, en realidad nos referimos a la globalización de cada actividad en la cadena de valor.

Por ejemplo, tome el pionero del vehículo eléctrico, Tesla. Algunas de las actividades clave en la cadena de valor de la empresa incluyen I + D, fabricación de baterías, montaje de automóviles, construcción de estaciones de carga, prestación de servicio postventa, etc. Dado que la presencia en el mercado de la empresa es bastante global, Tesla también debe descubrir cómo globalizar cada uno de ellos. Estas actividades en su cadena de valor.

Es crucial tener en cuenta y recordar que el término "globalización" de cualquier actividad en la cadena de valor no sugiere de ninguna manera que la actividad deba realizarse en todos los países o incluso en todos los continentes. Simplemente significa que la actividad debe ser diseñada y administrada de una manera que sea "globalmente óptima".

Por ejemplo, es fácil imaginar que el liderazgo de Tesla podría concluir que el enfoque más óptimo para gestionar la I + D es centralizarlo en un solo lugar, cerca de la sede corporativa en Silicon Valley. Después de todo, ahí es donde probablemente se sentará el mejor talento del mundo entero. En contraste, el liderazgo de Tesla también puede concluir que el enfoque más óptimo con respecto a las estaciones de carga es instalarlas en cientos o miles de lugares en todos los mercados del mundo. Por lo tanto, en la búsqueda de la optimización, simplemente no hay una mejor manera que se aplique a todas las actividades.

Como discutimos en este módulo, para cada actividad en la cadena de valor, hay cuatro factores que determinan si la actividad se está diseñando y administrando de la manera más óptima:

Arquitectura global: ¿Qué tan óptima es la arquitectura global de la actividad?

Ubicaciones: ¿Qué tan óptimas son las ubicaciones donde se realizará la actividad?

Capacidades: ¿Puede la compañía atraer los mejores talentos necesarios y así construir las capacidades necesarias en cada una de estas ubicaciones?

Coordinación: ¿Qué tan efectiva es la empresa para coordinar las mismas actividades o actividades complementarias en caso de que estén geográficamente dispersas?

Los videos que siguen toman cada uno de estos factores uno por uno.

OBJETIVOS

Al final de este módulo, podrá:

Discuta cuatro factores que afectan si la cadena de valor de la compañía es globalmente óptima o no: arquitectura global, ubicaciones, capacidades y coordinación.

Describa las cuatro opciones con respecto a la arquitectura global de una actividad de la cadena de valor y cómo elegir entre ellas.

Describa los criterios para elegir ubicaciones óptimas para ejecutar actividades de la cadena de valor.

Describa las estrategias para cultivar la marca de una empresa como empleador en los mercados extranjeros.

Describa las acciones que los líderes corporativos pueden tomar para fomentar una coordinación efectiva y eficiente entre actividades globales dispersas.

¡Vamos a empezar! Seleccione "siguiente" a continuación para comenzar.

